

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

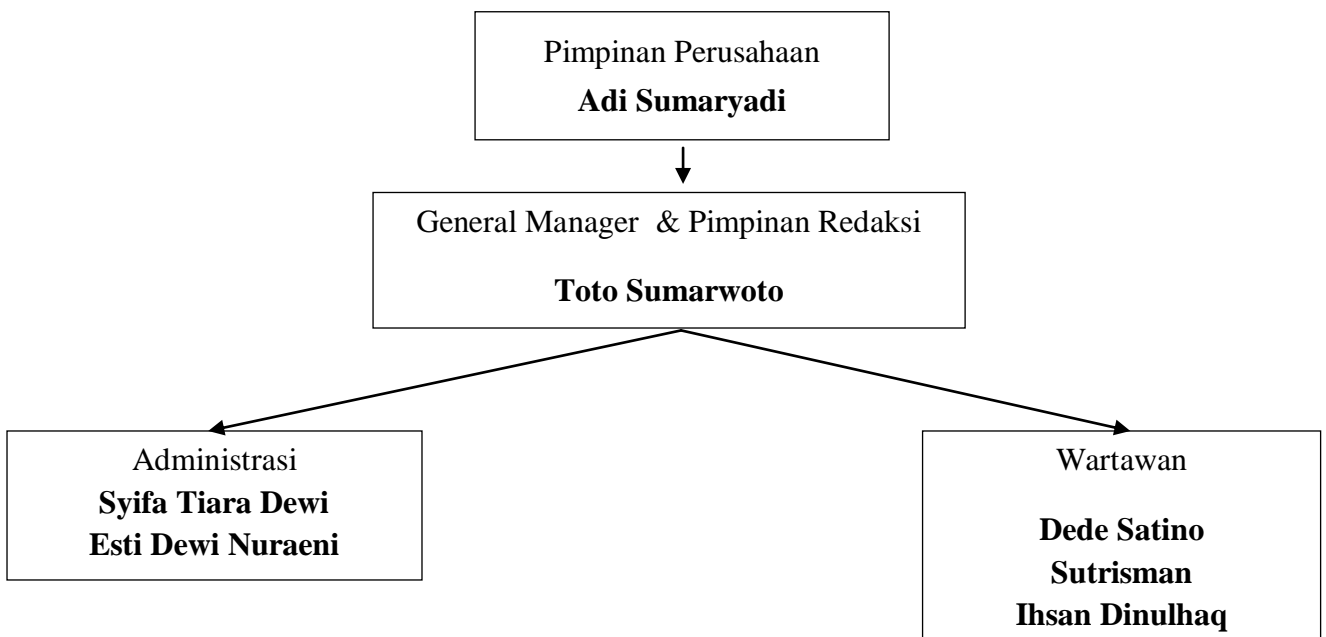
Adapun objek pada penelitian ini adalah kantor web, <http://mypangandaran.com> di Jl. Raya Babakan KM 0.5 Pangandaran - Dusun Bojongsari Desa Babakan Kecamatan Pangandaran. RT 01/2 - Kabupaten Pangandaran Jawa Barat Indonesia Kode Pos 46396 Telephone : 0265 - 639380 dengan ruang lingkup penelitian mengenai **“Pengaruh Strategi Pemasaran *E-commerce* Informasi Pariwisata di www.mypangandaran.com Terhadap Jumlah Wisatawan Kabupaten Pangandaran Jawa Barat Tahun 2017.**

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

myPangandaran.com merupakan sebuah situs yang memfokuskan diri untuk informasi seputar Pangandaran dan sekitarnya. Situs ini dibangun dan dikelola oleh orang-orang muda asal Pangandaran yang saat ini berada di Pangandaran maupun yang support dari luar Pangandaran. Harapannya dengan hadirnya situs ini pengunjung dan pengguna internet mengetahui lebih dalam tentang Pangandaran dan sekitarnya, begitu pula dengan warga Pangandaran sendiri dapat menikmati informasi melalui media Online.

3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Kelancaran keberhasilan setiap aktifitas yang dijalankan perusahaan banyak ditentukan dari struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan kerangka pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang jelas diantara bagian-bagian yang ada dalam perusahaan, dengan adanya pembagian-pembagian tersebut diharapkan sistem kerja dan usaha dapat berjalan secara baik. Demikian juga pada perusahaan [web : http://mypangandaran.com](http://mypangandaran.com) mempunyai struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 3.1
Struktur Organisasi www.mypangandaran.com

3.1.3 Uraian Tugas atau Job Description

Adapun tugas masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan Perusahaan
 - Melakukan pengawasan terhadap kebijakan direksi dalam menjalankan perseroan serta memberi nasehat pada direksi.

2. General Manager & Pimpinan Redaksi

- Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan di bidang administrasi dan keuangan.

3. Administrasi dan Keuangan

- Memonitor kebutuhan-kebutuhan ATK dan Rumah Tangga
- Menyiapkan rapat-rapat dengan komisaris, direktur dan jajarannya

4. Wartawan

- Bertanggung jawab dalam mengawasi jalannya proses pekerjaan di lapangan
- Pencarian data

3.1.4 Kegiatan Usaha

Kegiatan usaha www.mypangandaran.com yaitu memproduksi dan menjual informasi pariwisata dan iklan produk souvenir serta jasa hotel dan kuliner yang berada di bawah naungan perusahaan tersebut.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Menurut Gima Sugiama (2008:38) “Metode survey adalah penelitian dengan cara mengajukan pertanyaan kepada orang-orang atau objek yang merekam jawaban tersebut untuk kemudian dianalisis secara kritis.

3.2.1 Variabel Penelitian

Untuk memudahkan suatu penelitian berangkat dan bermuara pada suatu tujuan yang jelas, maka penelitian itu diimplifikasi kedalam bangunan variabel (Ferdinand, 2002 : 141). Variabel adalah suatu atribut

atau sifat dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulanya (Sugiyono, 2004 : 171).

Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian akan terbagi menjadi dua yang terdiri dari variabel dependen dan variabel independen, akan dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel dependen (Y) adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Dalam *script analysis*, nuansa sebuah masalah tercermin dalam variabel dependen. Hakekat sebuah masalah (*the nature of a problem*) mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2002 : 149). Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah jumlah wisatawan.

Variabel independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Dalam *script analysis*, akan terlihat bahwa variabel yang menjelaskan mengenai jalan atau cara sebuah masalah dipecahkan adalah tidak lain variabel-variabel independen (Ferdinand, 2002 : 146). Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah strategi pemasaran *e-commerce* informasi pariwisata.

3.2.2 Operasional Variabel

Penelitian ini dilakukan terutama untuk mengetahui Pengaruh Strategi Pemasaran, *E-commerce* Informasi Pariwisata terhadap Jumlah Wisatawan di Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat.

- a) Variabel bebas (X) : Variabel independen adalah suatu variabel yang keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel yang lainnya. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah Strategi Pemasaran, *E-commerce* Informasi Pariwisata.
- b) Variabel terikat (Y) : Variabel dependen adalah suatu variabel terikat yang keberadaannya merupakan suatu yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Jumlah Wisatawan (Y).

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel (1)	Konsep Variabel (2)	Indikator (3)	Ukuran (4)	Skala (5)
Strategi Pemasaran <i>E-commerce</i> Informasi Pariwisata (X)	<ul style="list-style-type: none"> Pengadaan fasilitas strategi web oleh perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen pengunjung website 	<ul style="list-style-type: none"> Perencanaan spasial diterapkan melalui beberapa elemen promosi yang dikenal dengan <i>promotion mix</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Proporsi antara fasilitas umum pembuatan website cukup memadai 	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> Perencanaan Pemasaran informasi 	<ul style="list-style-type: none"> Aliran listrik dan internet selalu tersedia 	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> Pesan – pesan yang disampaikan secara grafis 	<ul style="list-style-type: none"> Advertising di tempat umum yang memungkinkan dilihat banyak orang 	Ordinal

Variabel (1)	Konsep Variabel (2)	Indikator (3)	Ukuran (4)	Skala (5)
	<ul style="list-style-type: none"> Promosi Informasi Pariwisata dari elemen intrnet promosi yang dikenal dengan iklan e-mail, sms, website , dan media sosial 	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat Logo, aritikel, grafis, dan video di website dan iklan www.mypangan.com 	<ul style="list-style-type: none"> Banyak orang tertarik ketika browser atau serching di internet yang ditampilkan melalui mesin pencari informasi Google di internet 	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> Sales Promotion 	<ul style="list-style-type: none"> Pemberian potongan harga dan pengurangan harga dari harga fee normal untuk pembelian iklan unit penjualan unit space iklan di www.mypangandaran.com 	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <i>Personal selling</i> dilakukan via telpon dan tatap muka dikantor pemasaran antara marketer dengan calon pembeli. 	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat intensitas komunikasi yang terus dibangun oleh pihak marketer dengan konsumen dan calon konsumen Pemberian informasi langsung maupun tidak langsung dari developer kepada kerabat dan jaringan yang telah kenal. 	Ordinal
	<ul style="list-style-type: none"> Lokasi website dimana mypangandaran.com Kab. Pangandaran berada 	<ul style="list-style-type: none"> Domain web 	<ul style="list-style-type: none"> Wisatawan mendapatkan layan cepat informasi dan tanggapan parwisata yang kondusif, cepat dan handal. 	
		<ul style="list-style-type: none"> Link Web terhubung dengan jenis media sosial update 	<ul style="list-style-type: none"> Wisatawan dapat mengakses informasi dengan mudah. 	

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Jumlah Wisatawan (Y)	Merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi / memakai / menikmati / dilayani kebutuhannya	<ul style="list-style-type: none"> Mereferensikan produk kepada orang lain 	<ul style="list-style-type: none"> Pengunjung/visitor selalu memberikan informasi yang positif kepada orang lain Pengunjung / visitor membujuk orang lain menggunakan produk yang sama 	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> Minat eksploratif 	<ul style="list-style-type: none"> Wisatwan berusaha mencari sumber informasi yang akurat tentang informasi berlibur ke Pangandaran 	Ordinal

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal yang dapat mempengaruhi kualitas data dari hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berhubungan dengan validitas dan reabilitas. Instrumen serta kualitas pengumpulan data berhubungan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan dalam mengumpulkan data.

Maka dari itu instrumen yang diuji validitas dan reabilitasnya, belum tentu akan dapat menghasilkan data *valid* dan *reliable*, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan sebagai berikut :

1. Data Primer

Data yang langsung diperoleh dari kuesioner, pengamatan langsung, dan wawancara (Sugiyono, 2008:193)

a. Kuisisioner

Dalam hal ini penulis menyebar kuisisioner berupa pertanyaan kepada responden atau wisatawan yang berada di Pangandaran untuk mengetahui informasi atau tanggapan mereka. Pertanyaan dalam kuisisioner dibuat dengan jawaban tertutup dan responden hanya dapat memilih satu jawaban yang sesuai dengan pendapatnya terhadap permasalahan yang diteliti.

Adapun kategori jawaban kuisisioner terdiri dari dua bagian yaitu positif dan negatif :

Alternatif jawaban untuk pernyataan positif :

Tabel 3.2
Pemberian Skor Nilai dan Predikat Masing – Masing
Pilihan Jawaban Pernyataan Positif
Sumber : Singarimbun dan Effendi, 2008:133

Predikat	Nilai	Notasi
Sangat Setuju	5	SS
Setuju	4	S
Ragu	3	R
Tidak Setuju	2	TS
Sangat Tidak Setuju	1	STS

Alternatif jawaban untuk pernyataan negatif :

Tabel 3.3
Pemberian Skor Nilai dan Predikat Masing – Masing
Pilihan Jawaban Pernyataan Negatif
Sumber : Singarimbun dan Effendi, 2008:133

Predikat	Nilai	Notasi
Sangat Setuju	1	SS
Setuju	2	S
Ragu – Ragu	3	R
Tidak Setuju	4	TS
Sangat Tidak Setuju	5	STS

b. Wawancara

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dengan pihak perusahaan yang bersangkutan mengenai objek penelitian.

c. Studi Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang mempelajari membaca dan mengumpulkan dokumen, arsip perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh melalui studi kepustakaan yang berkenaan dengan hal-hal yang menyangkut penelitian. Data sekunder didapatkan penulis melalui buku-buku dan *website-website* yang mendukung dalam penelitian ini.

3.2.3.1 Populasi Sasaran

Definisi populasi menurut Sugiyono (2008:115) wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah visitor web dan wisatawan di web <http://mypangandaran.com> serta objek wisata Pangandaran.

3.2.3.2 Penentuan Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi dapat diteliti. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya karena keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Maka dari itu peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang lainnya.

Menurut Sugiyono (2008:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Rumus menentukan ukuran sampel suatu populasi (Slovin, 1960) adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad (\text{Husein Umar, 1997:49})$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e^2 = Standar Error ($e = 10\%$)

Populasi wisatawan di Objek Wisata Pangandaran , jika dihitung per tahun sebanyak 1.988.390 orang.

Maka jumlah atau ukuran responden adalah sebanyak:

$$n = \frac{1,988,390}{1 + 1,988,390 (0,1)^2}$$

$$n = 99.88584 \approx 100$$

Jumlah responden minimum yang diambil adalah 100 orang wisatawan yang diasumsikan mampu mewakili populasi.

Karena keterbatasan waktu dan tenaga yang dimiliki penyusun, maka sampel dipilih berdasarkan cara yang digunakan dalam penarikan sampel pada penelitian ini adalah simple random sampling. Menurut Sugiyono (2011:19), “simple random sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.”

3.3 Teknik Analisis Data

Untuk menjawab masalah dan mengungkap tujuan penelitian yang pertama, kedua dan ketiga metode dan pengolahan serta analisis datanya menggunakan metode kualitatif (statistik deskriptif). Dimana dalam analisis ini hanya mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang umum

(Sugiyono, 2008:13). Sedangkan untuk menjawab masalah dan mengungkapkan tujuan penelitian yang keempat, metode dan analisis datanya menggunakan metode kuantitatif (statistik inferensial). Untuk mengetahui pendapat wisatawan mengenai Pengaruh Strategi Pemasaran, *E-commerce* www.mypangandaran.com sebagai Informasi Pariwisata terhadap Jumlah Wisatawan di Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat untuk berminat berlibur, penulis menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada wisatawan yang berada di kawasan Objek Wisata Pangandaran.

3.3.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2008:172) instrument yang valid berarti bahwa instrument tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) apa yang seharusnya diukur.

Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid untuk mencari nilai validitas dari sebuah item pertanyaan.

Data dikatakan valid apabila nilai korelasi hitung data tersebut melebihi nilai korelasi tabelnya, yaitu jika $r_{hitung} > r_{kritis}$ (0,30), maka butir pertanyaan atau variabel tersebut valid. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pernyataan melalui total skor dengan menggunakan *Person Product Moment*.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (\text{Sugiyono, 2008:248})$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi *Product Moment*

X_i = Skor salah satu pertanyaan

Y_i = Total Skor Pernyataan

n = Jumlah responden

Prosedur uji validitas yaitu dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan ($dk = n-2$) dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

Kriteria pengujian :

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid

3.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliabel*). Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik.

Kadang-kadang reliabilitas disebut juga sebagai keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kesetabilan, dan sebagainya. Namun, ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*measurement error*).

Dengan menggunakan teknik belah dua untuk menghitung realibilitas tersebut maka variabel yang ada pada kuisisioner tersebut dikelompokkan menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah penjumlahan item pertanyaan yang ganjil dan kelompok kedua adalah penjumlahan item pertanyaan yang genap.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

(Sugiyono, 2008:186)

Keterangan :

r_i = Angka realibilitas keseluruhan item

r_b = Angka koefisien belahan ganjil dan belahan genap

Dari hasil perhitungan tersebut, maka kaidah keputusannya adalah :

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan reliabel
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tidak reliabel

Data yang diperoleh dilapangan diolah dan dianalisis dengan menggunakan statistik dengan bantuan *software* komputer (program SPSS 22.0) hal ini untuk memudahkan dalam perhitungan.

Perhitungan hasil kuisisioner dengan presentase dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut :

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

(Sudjana, 2000:76)

Keterangan :

X = Jumlah presentase jawaban

F = Jumlah jawaban/ frekuensi

N = Jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai tertinggi dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan interval perinciannya, yaitu sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}} \quad (\text{Sudjana, 2000:79})$$

NJI = Nilai jenjang interval adalah interval untuk menentukan tinggi sekali, tinggi, sedang, rendah, sangat rendah suatu variabel.

3.3.3 Metode *Successive Interval*

Setelah dilakukan analisis instrumen penelitian dan apabila hasil dari pengukuran instrumen tersebut valid dan reliable, maka selanjutnya nilai jawaban yang diperoleh dari responden diubah skalanya menjadi skala pengukuran interval.

Menurut Nazir (2003:338) menyatakan bahwa skala likert jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja, maka dari itu variabel yang berskala ordinal harus terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval menggunakan metode *successive interval*.

Langkah kerja metode *successive interval* adalah sebagai berikut :

1. Perhatikan banyaknya (frekuensi) responden yang menjawab atau memberikan respon terhadap alternatif (kategori) jawaban yang tersedia.

2. Bagi setiap bilangan pada f (frekuensi) dengan n (banyaknya responden), kemudian tentukan P (proporsi) untuk setiap alternatif jawaban responden tersebut, yaitu :

$$P = \frac{f}{n}$$

3. Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan sehingga menghasilkan PK (proporsi kumulatif) untuk setiap alternatif jawaban responden.
4. Dengan menggunakan Tabel Distribusi Normal Baku, hitung nilai z untuk setiap kategori berdasarkan proporsi kumulatif pada setiap alternatif jawaban responden.
5. Mengitung SV (skala value = nilai skala) untuk setiap nilai z dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$SV = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area under upper limit}) - (\text{Area under lower limit})}$$

6. Melakukan transformasi nilai skala (*transformed scale value*) dari nilai skala ordinal ke nilai skala interval, dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = SV_i + |SV_{Min}|$$

Dengan catatan SV yang nilainya kecil atau harga negatif terbesar diubah menjadi sama dengan satu (=1).

3.3.5. Regresi $Y = a + bx$

Banyak analisis statistika bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara dua atau lebih perubah. Bila hubungan demikian ini dapat dinyatakan dalam bentuk rumus matematik, maka kita akan dapat

menggunakannya untuk keperluan peramalan. Masalah peramalan dapat dilakukan dengan menerapkan persamaan regresi. Istilah regresi berasal dari pengukuran yang dilakukan oleh Sir Francis Galton yang membandingkan tinggi badan anak laki-laki dengan tinggi badan ayahnya. Galton menunjukkan bahwa tinggi badan anak laki-laki dari ayah yang tinggi beberapa generasi cenderung mundur (regressed) mendekati nilai tengah populasi. Sekarang ini, istilah regresi ditetapkan pada semua jenis peramalan, dan tidak harus berimplikasi suatu regresi mendekati nilai tengah populasi.

Bila terdapat suatu data yang terdiri atas dua atau lebih variabel, adalah sewajarnya untuk mempelajari cara bagaimana variabel-variabel itu saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Hubungan yang didapat pada umumnya dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik yang menyatakan hubungan fungsional antara variabel-variabel. Studi yang menyangkut masalah ini dikenal dengan analisis regresi.

Analisis regresi bertujuan untuk, pertama, mengestimasi atau menduga suatu hubungan antara variabel – variabel ekonomi, misalnya $Y = f(x)$. Kedua, melakukan peramalan atau prediksi nilai variabel terikat (tidak bebas) atau dependent variable berdasarkan nilai variabel terkait (variabel independen/bebas). Penentuan variabel mana yang bebas dan mana yang terkait dalam beberapa hal tidak mudah dilaksanakan. Studi yang cermat, diskusi yang seksama (dengan para pakar), berbagai

pertimbangan, kewajaran masalah yang dihadapi dan pengalaman akan membantu memudahkan penentuan kedua variabel tersebut.

Untuk menentukan persamaan hubungan antarvariabel, langkah-langkahnya sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data dari variabel yang dibutuhkan misalnya X sebagai variabel bebas dan Y sebagai variabel tidak bebas.
2. Menggambarkan titik-titik pasangan (x,y) dalam sebuah sistem koordinat bidang. Hasil dari gambar itu disebut Scatter Diagram (Diagram Pencar/Tebaran) dimana dapat dibayangkan bentuk kurva halus yang sesuai dengan data. Kegunaan dari diagram pencar adalah membantu menunjukkan apakah terdapat hubungan yang bermanfaat antara dua variabel dan membantu menetapkan tipe persamaan yang menunjukkan hubungan antara kedua variabel tersebut.
3. Menentukan persamaan garis regresi dengan mencari nilai-nilai koefisien regresi dan koefisien korelasi.

Regresi Linier Sederhana Apabila dalam diagram pencar terlihat bahwa titik – titiknya mengikuti suatu garis lurus, menunjukkan bahwa kedua peubah tersebut saling berhubungan secara linier. Bila hubungan linier demikian ini ada, maka kita berusaha menyatakan secara matematik dengan sebuah persamaan garis lurus yang disebut garis regresi linier bentuk regresi linier sederhana, perlu ditaksir parameter .

Jika ditaksir oleh a dan b, maka regresi linier berdasarkan sampel dirumuskan sebagai berikut : $Y=a+bX$.

Keterangan:

Y = nilai yang diukur/dihitung pada variabel tidak bebas

x = nilai tertentu dari variabel bebas

a = intersep/ perpotongan garis regresi dengan sumbu y

b = koefisien regresi / kemiringan dari garis regresi / untuk mengukur kenaikan atau penurunan y untuk setiap perubahan satu-satuan x / untuk mengukur besarnya pengaruh x terhadap y kalau x naik satu unit.

Penentuan nilai a dan bX dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$a = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{(\sum Y) (\sum X^2) - (\sum X) (\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

3.3.6. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional penetapan tingkat signifikan, kriteria dan penarikan kesimpulan:

1. Penetapan Hipotesis Operasional

$H_0 : \beta_j = 0$ Pengaruh Strategi Pemasaran secara parsial tidak berpengaruh terhadap Promosi pada Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat

- Ho1 : $\beta_j \neq 0$ Pengaruh Strategi Pemasaran secara parsial berpengaruh terhadap minat wisata pada Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat
- Ho2 : $\beta_j = 0$ *E-commerce* Informasi Pariwisata secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat wisata pada www.mypangandaran Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat
- Ho2 : $\beta_j \neq 0$ *E-commerce* Informasi Pariwisata secara parsial berpengaruh terhadap jumlah wisatawan pada www.mypangandaran Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat.
- Ho3 : $\beta_j \neq 0$ www.mypangandaran Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat secara parsial tidak berpengaruh terhadap terhadap jumlah wisatawan pada Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat.
- Ho3 : $\beta_j \neq 0$ www.mypangandaran Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat secara parsial berpengaruh terhadap terhadap jumlah wisatawan pada Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat.
- Ho : $\beta_j = 0$ Pengaruh Strategi Pemasaran *E-commerce* Informasi Pariwisata www.mypangandaran Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat terhadap jumlah wisatawan secara

simultan tidak berpengaruh terhadap terhadap jumlah wisatawan Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat.

Ha : $\beta_j \neq 0$ Pengaruh Strategi Pemasaran *E-commerce* Informasi Pariwisata www.mypangandaran Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat secara simultan berpengaruh terhadap terhadap jumlah wisatawan Kab. Pangandaran Prov. Jawa Barat.

Penetapan Tingkat Signifikansi

Untuk menguji signifikansi dilakukan dua pengujian yaitu sebagai berikut:

1. Secara parsial menggunakan uji t

$$t = \frac{\beta_j}{s\beta_j}$$

(Mustopa, 1992:140)

Keterangan :

t = Nilai t hitung

β_j = Koefisien regresi

$S\beta_j$ = Kesalahan baku regresi

2. secara simultan menggunakan uji F

$$F = \frac{r^2 / k}{(1 - r^2) / (n - k - 1)}$$

Sugiyono, 2008:257)

Keterangan :

F = Nilai F hitung

r^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Tingkat derajat kebebasan (dk) pembilang = k dan dk penyebut = $(n - k - 1)$ serta tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau $\alpha = 0,05$.

a. Kriteria Pengujian

1. Secara parsial :

Tolak H_0 dan terima H_a jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

Terima H_0 dan tolak H_a jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

2. Secara simultan :

Tolak H_0 dan terima H_a jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Terima H_0 dan tolak H_a jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

b. Penarikan Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian seperti tahapan diatas, maka akan dilakukan analisis secara kuantitatif. Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak.